



**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI**  
**UNIVERSITAS SYIAH KUALA**  
**UPT. PERPUSTAKAAN**

Jalan T. Nyak Arief, Kampus UNSYIAH, Darussalam – Banda Aceh, Tlp. (0651) 8012380, Kode Pos 23111  
Home Page : <http://library.unsyiah.ac.id> Email: [helpdesk.lib@unsyiah.ac.id](mailto:helpdesk.lib@unsyiah.ac.id)

---

## **ELECTRONIC THESIS AND DISSERTATION UNSYIAH**

### **TITLE**

**STRATEGI PEMASARAN AYAM CRISPY MOODY STEAK LAMPRIEK, BANDA ACEH**

### **ABSTRACT**

#### **ABSTRAK**

Fitri, Khalidatul. 2019. Strategi Pemasaran Ayam Crispy Moody Steak Lampriek, Banda Aceh. Skripsi Jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Syah Kuala. Pembimbing:

(1) Drs. Amrusi, M.Si., (2) Irma Anggraini, S.Pd, M.Pd.

Kata Kunci: strategi pemasaran

Penelitian ini berjudul “Strategi Pemasaran Ayam Crispy Moody Steak Lampriek, Banda Aceh”. Penelitian ini bertujuan untuk (1) mengetahui strategi pemasaran yang diterapkan oleh outlet Moody Steak Lampriek, Banda Aceh. (2) mengetahui kendala apa saja yang dihadapi oleh outlet Moody Steak Lampriek, Banda Aceh dalam proses pemasaran. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dan jenis penelitian deskriptif. Objek dalam penelitian ini adalah data-data mengenai strategi pemasaran di outlet Moody Steak Lampriek, Banda Aceh, sedangkan yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah pemilik outlet Moody Steak Lampriek, Banda Aceh. Teknik pengumpulan data menggunakan penelitian kepustakaan, dan penelitian lapangan dengan cara observasi, wawancara semi terstruktur, dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan (1) Strategi pemasaran yang digunakan oleh outlet Moody Steak meliputi kombinasi dari strategi pemasaran marketing mix yaitu (a) Produk yang ditawarkan oleh outlet Moody Steak 16 variasi steak dengan berbagai macam topping. (b) Harga yang terdaftar pada menu makanan mulai dari Rp. 12.000,00 sampai Rp. 32.000,00 per porsi, outlet Moody Steak juga memberikan potongan harga berbentuk voucher. (c) Promosi yang digunakan pihak outlet Moody Steak dengan memperkenalkan produk kepada pelanggan menggunakan sarana media sosial, radio, mulut ke mulut, voucher dan strategi promosi khusus melalui event dan stand. (d) Saluran distribusi/tempat yang ditawarkan pada outlet Moody Steak tidak begitu nyaman dikarenakan tempat yang sempit dan tempat duduk yang terbatas. Dan pihak outlet Moody Steak menggunakan saluran distribusi langsung. (e) Pelayanan yang baik dan ramah akan membuat pelanggan memperoleh kepuasan yang maksimal dalam membeli produk Moody Steak. (f) Proses yang dilakukan outlet Moody Steak mulai dari pukul 11.00-23.00 WIB, dan penyelesaian produk steak berkisar kurang lebih 15 menit. (g) Lingkungan fisik outlet Moody Steak memiliki tempat yang sangat strategis dikarenakan berada di jalan utama Lampriek, namun keberadaannya yang di depan jalan raya membuat tidak adanya area parkir. (2) Kendala yang ada di dalam memasarkan produknya adalah kendala internal dari karyawan yang tidak fokus ketika ramai pengunjung. Sedangkan kendala eksternal lebih kepada pelanggan dan cuaca.